

13

# Canadian Design

# Design Canadien

September 1975

Septembre 1975

Feature report :  
The Class of '80 : How are we training the next  
generation ?

Dossier du mois :  
La promotion de 1980 : Comment formons-nous la  
génération qui monte ?

## Medal design approved

Most engineering disciplines call for the use of measuring dividers and calipers. This solved a very difficult challenge for Dora de Pedery-Hunt, internationally-known medallist, in her design of the Governor General's Award for Engineering Design. Her mandate was to create a medal which would be instantly recognizable as relating to engineering, but would not feature any single branch. The final design of the medal shows a hand (which is neither male nor female) holding a pair of dividers on the obverse side in high relief. The reverse side displays the Royal Crown and a sprig of stylized maple leaves in low relief. There is also ample space to engrave the name of the recipient, project, and the year presented.

Mrs. de Pedery-Hunt was commissioned by the Office of Design to create the medal. The plain bronze medallion will be presented as an Award of Merit. As

## Création d'une médaille pour un prix en génie civil

La plupart des disciplines du génie civil font appel à l'emploi de compas diviseurs ou de compas à pointes sèches. C'est ce qui a permis à madame Dora de Pedery-Hunt, médailliste de réputation internationale, de résoudre le problème délicat que représentait le design d'une médaille pour le Prix du Gouverneur-Général pour le design d'ingénierie. La médaille – telle qu'elle sera frappée – représente une main (qui n'est ni de femme ni d'homme) en train de tenir un compas diviseur. C'est ce que l'on voit du côté face de la médaille qui est en haut-relief. Au revers se trouvent, en bas relief, la couronne royale et une branche de feuilles d'érable stylisées. On a également prévu l'espace nécessaire pour graver le nom de la personne qui recevra le prix, la nature de l'ouvrage primé et l'année où le prix a été décerné.

Medalist Dora de Péder-Hunt designed the distinctive medallion in high relief for the Governor General's Engineering Design Awards. Mme Dora de Péder-Hunt, médailliste, a conçu une médaille originale en haut relief pour le prix du Gouverneur Général en design d'ingénierie.





many as seven Awards of Merit may be given in any one year, and a silver-plated Award of Excellence will be given only if the high quality of the entries warrants it.

Cash awards and citations will accompany the medallions, to be presented personally by His Excellency the Governor General this fall.

Born in Budapest in 1913, Dora de Pedery-Hunt emigrated to Canada in 1948. Her design of the Canada Council medal was the first documented cast art medal made in this country. She has since received numerous awards and commissions, both in Canada and abroad, and her work is currently on exhibit in Ottawa, Brussels, The Hague and Washington. Among her recent work is the official medal presented by the Canadian Government at Expo '70, the Dr. Roby Kidd medal for the Canadian Association of Adult Education, and the Thomas W. Eadie medal for the Royal Society of Canada.

## Olympic art for the nation

Bronze sculptures by Tait McKenzie, possibly the world's best sports art sculptor, are featured in the Olympic Sport Art Show now touring 31 Canadian cities and four in the United States. The travelling display, an exciting collection of Canada's sport art, will spend more than a year on the road, arriving in Montréal on July 1, 1976, for the duration of the games. The display will be linked with significant events in each host community, such as the Canadian National Exhibition in Toronto, and the Grey Cup game in Calgary.

The exhibit is made up of a selection of paintings and sculptures, including illustrations of exciting moments of sporting personalities Karen Magnussen, Jacques Plante, Gordie Howe and Marilyn Bell. From the Tait

C'est la Direction générale du design qui a demandé à madame de Pedery-Hunt de créer la médaille. Le médaillon de bronze représentera le certificat de mérite. Il pourra être remis, chaque année, un maximum de sept médaillons de bronze. Le médaillon plaqué argent représentera le prix d'excellence et ne sera décerné que si la qualité des travaux soumis le justifie.

Les médaillons seront accompagnés de prix en argent et de citations. Ils seront remis personnellement par Son Excellence le Gouverneur Général au cours de l'automne.

Madame de Pedery-Hunt est née à Budapest en 1913 ; elle est venue au Canada en 1948. Elle a exécuté de nombreuses médailles et gagné de nombreux prix, tant au Canada qu'à l'étranger. Ses œuvres sont actuellement exposées à Ottawa, à Bruxelles, à La Haye et à Washington.

## Exposition d'art olympique

Les sculptures de bronze de Tait McKenzie, qui est probablement le plus grand de tous les sculpteurs sportifs, tiennent la vedette à l'Exposition d'art olympique qui visite en ce moment 31 villes canadiennes et quatre villes des États-Unis. L'exposition ambulante voyagera pendant plus d'un an et arrivera à Montréal le 1er juillet 1976 pour la durée des Jeux. On y verra une remarquable collection d'art sportif canadien. L'exposition aura lieu à l'occasion d'événements marquants dans chacune des villes où elle passera.

L'exposition comprend un choix de tableaux et de sculptures qui font revivre les moments célèbres de la carrière sportive de grands champions canadiens

During the launching of the Olympic Coin Sport Art Tour, National Health and Welfare minister, the Hon. Marc Lalonde chats with artist André L'Archevêque (left) about his interpretation of Paul Henderson's winning goal of the first Team Canada/U.S.S.R. hockey series.

Au cours du lancement de l'exposition d'art olympique, le ministre de la Santé et du Bien-être social, M. Marc Lalonde, discute avec André L'Archevêque (à gauche) du but gagnant compté par Paul Henderson dans la première série de Hockey Canada/U.S.S.R.





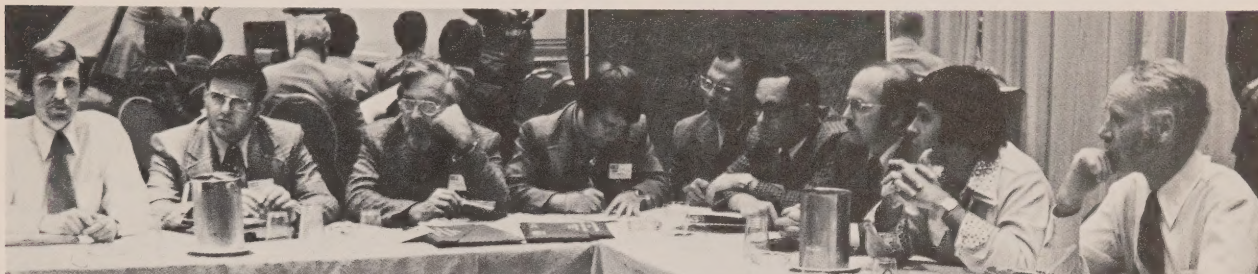
McKenzie collection – an inaugural public exposure for many of the selected works – will be bronze sculptures of The Sprinter, Supple Juggler, Relay Racer and Boxer.

Sponsored by the Olympic Coin Programme, the tour is intended for public information and to promote Olympic coin sales. The show includes Olympic coin designs submitted by leading Canadian artists and an exhibit of the engraving process used for the coins.

comme Karen Magnussen, Jacques Plante, Gordie Howe et Marilyn Bell.

Placée sous le patronage du Programme de la monnaie olympique, l'exposition a pour but de renseigner le public et d'encourager la vente de pièces de monnaie olympique.

designer Lawrie McIntosh leads workshop plastics hatchery. designer Lawrie McIntosh dirige un atelier séminaire «la couveuse».



## Plastics products hatchery

Impressing the importance of employing industrial design on manufacturers took a new and novel format at the June Plastics Products Hatchery and Seminar in Toronto.

Over 150 product development managers, design engineers, material specialists and marketing managers from the Canadian plastics industry put heads together in workshop sessions with seven top-flight industrial designers. The result was some dramatic interchange of ideas and approaches to the design of new plastic products and the improvement of existing ones.

Industrial designers Doug Smith, Jerry Adamson, Vell Hubel, Lawrie McIntosh, Amsey Beuhler, Doug Creelman and Max Ducharme led workshop sessions in recreation, hardware, transportation, industrial, electrical, environment and appliance market areas.

According to Ron Evanson of the sponsoring Society of the Plastics Industry of Canada the hatchery was so popular, that it will become a regular feature of the annual Plastics Show of Canada.

"The Workshops and hatchery demonstrated to industry personnel how to approach the development of new and better products through the use of new materials, new plastic processing techniques and design methods," Evanson said. "It also brought a new realization that industrial design must be part of the market planning of the plastics industry."

Assisting in the event organization were the Association of Canadian Industrial Designers, the federal Office of Design, and the industry departments of the Ontario and Québec Governments.

## Une...couveuse de produits en plastique

Pour faire, une fois de plus, apprécier l'importance que revêt pour les manufacturiers l'utilisation du design industriel, une nouvelle méthode a été utilisée, et pour cette méthode, un titre quelque peu original : Séminaire et "couveuse" de produits en plastique. Ce séminaire s'est tenu à Toronto au mois de juin.

Ont pris part à ces activités plus de 150 représentants de l'industrie du plastique – directeurs, designers industriels, spécialistes en matières premières et directeurs de services de commercialisation.

Les designers industriels Doug Smith, Jerry Adamson, Vell Hubel, Lawrie McIntosh, Amsey Beuhler, Doug Creelman et Max Ducharme ont été les animateurs de séances consacrées aux loisirs, à la quincaillerie, aux transports, aux industries, aux produits électriques, à l'environnement et aux appareils ménagers.

Selon Ron Evanson, représentant de l'Association des industries plastiques du Canada, le séminaire a eu un tel succès qu'il sera répété chaque année à l'occasion de l'exposition des industries du plastique du Canada.

Cette manifestation a été organisée avec l'aide de l'Association canadienne des designers industriels, de la Direction générale du design à Ottawa et des ministères de l'industrie du Québec et de l'Ontario.



## Marquez cites design essential

Many manufacturers deny themselves the essential business equivalent of industrial design, according to Vernon O. Marquez, former chairman and chief executive officer of Northern Electric Company Ltd.

Mr. Marquez was speaking to business executives in Australia and New Zealand in May of this year as the guest lecturer in the 1975 Dunhill Industrial Design Lecture Series, held in co-operation with the Industrial Design Council of Australia. He delivered over 20 talks and lectures in every major Australian city. "No manufacturer, anywhere in the world," he observes, "can escape serious difficulties in meeting price and feature competition if he limits himself to producing designs which are identical to those being produced in other industrial environments where longer production runs or lower labours costs are possible."

Marquez identified design, manufacturing and marketing as the three essential business functions necessary to improve competitive effectiveness. "These skills in multi-national corporations," he noted, "are usually cultivated and made available to all segments of the enterprises."

Reflecting on his Canadian experience and our dependency on foreign design and technology, Mr. Marquez told his audiences: "I find the Canadian alibis very unconvincing. Countries far smaller than Canada have successfully developed domestic-owned industries and generated excellent original technology in selected fields. In Canada's case, it has literally been too easy for us to cultivate a manufacturing environment which depends on the United States for design and technological nourishment." The full text of Mr. Marquez's key Australian talk is available on request from the Office of Design.



Industrialist Vernon O. Marquez in Sydney, NSW during the 1975 Dunhill Industrial Design Lecture Program. L'industriel Vernon O. Marquez, à Sydney (Australie) au cours de la série de conférences Dunhill sur le design industriel.

## Marquez: le design, facteur essentiel

De nombreuses entreprises industrielles se privent des avantages du design et, ce faisant, se placent bien souvent dans une situation concurrentielle défavorable. C'est ce que déclare M. V. O. Marquez, président du conseil honoraire et ancien directeur général de la Northern Electric Company Limited.

M. Marquez a prononcé ces remarques au cours d'allocutions données devant des dirigeants d'entreprises en Australie et en Nouvelle-Zélande au mois de mai dernier.

«Aucun fabricant quel qu'il soit, continue M. Marquez, ne peut faire face sans graves difficultés aux initiatives de la concurrence s'il se contente de fabriquer des produits identiques à ceux que fabriquent d'autres entreprises où le contexte économique rend possibles des séries de production plus importantes et des frais de main-d'œuvre moins élevés.»

Selon M. Marquez, le design industriel, la fabrication et la commercialisation sont les trois fonctions nécessaires à l'amélioration de la position concurrentielle d'une entreprise.

Commentant sur les problèmes qui furent les siens à la tête de la Northern Electric, et en particulier sur l'état de dépendance du Canada envers le design et la techniques de l'étranger, M. Marquez a déclaré à ses auditoires des antipodes: «À mon avis les alibis offerts par le Canada sont loin d'être convaincants. Des pays bien moins avantagés et bien plus petits que le Canada ont établi leurs propres industries et ont élaboré une technologie remarquable dans des domaines spécialisés. En ce qui concerne le Canada on a tout simplement trouvé plus simple et moins fatigant d'exploiter une conjoncture industrielle qui trouve sa subsistance technologique et esthétique aux États-Unis.»

On peut se procurer sur demande auprès de la Direction générale du design le texte complet de la conférence principale prononcée par M. Marquez en Australie.



"Clamberworks" structure by Woodworks has a strong market potential both in Canada and abroad. HiLan Limited designs larger-scale outdoor structures for year-round use.

"Clamberworks", créée par Woodworks, présente de bonnes possibilités de vente au Canada et à l'étranger. HiLan Limited construit de grands ensembles d'extérieurs utilisables toute l'année.



## Children's liberation – design meets play

Creative environments for young people should include well-designed play products with which children can reach their full potential in play situations, according to Polly Hill, a director of the Children's Environments Advisory Service of Central Mortgage and Housing Corporation. Two Ontario firms, the Woodworks of Markham and HiLan Limited of Almonte, got the message and are acting on it.

"Clamberworks" is Woodworks' play structure consisting of a seven-foot wooden pyramid tower equipped with two rung ladders, web ropes, platforms, a canvas cover and a fireman's pole. An extension unit of two interlocking ladders converts the structure into a variety of shapes and challenges. It was conceived by Morley Chalmers, Paul Kelaher, and Glyn Rattle, the three principals of the firm. Chalmers developed the play environment from an idea of Canadian sculptor Ted Bieler, who had built several versions for his own children. Work began in October 1973. Six months and three generations of design later, "Clamberworks" was ready. Chalmers sees a developing market of up to 200 units a year, with some export potential.

HiLan Limited of Almonte approach play products on a slightly bigger scale, specializing in large outdoor creative play structures as high as 10 feet and covering areas of 900 square feet in a landscaped environment. Called "Plaything", the concept was designed by Al Potvin in co-operation with Ottawa Landscape architect D. W. Graham. Potvin became interested in children's play areas after installing one for a local day care centre three years ago. Realizing the potential of the product, he designed his own modular structure, and another company and play product were born. A big feature of "Plaything" is its capacity for year-round use in community play-



## Design et jeux – ou la libération de l'enfance

Le milieu réservé aux enfants doit offrir des jeux et des objets qui permettent le plein développement et la pleine expression de soi. C'est ce que déclare Polly Hill, une des responsables du service de l'environnement de l'enfance à la Société centrale d'hypothèques et de logement. Deux firmes de l'Ontario – Woodworks, de Markham, et HiLan Limited d'Almonte, ont compris le problème et se sont attachées à lui apporter des solutions.

Une des structures, «clamberworks», créée par Woodworks se compose d'une pyramide en bois de sept pieds équipée de deux échelles, d'une bâche, d'échelles de corde et d'un poteau de pompiers tel qu'on en trouve dans les postes d'incendie. Une sorte de rallonge composée de deux échelles emboîtées permet de transformer la structure en plusieurs formes auxquelles se rattachent divers jeux. L'ensemble a été conçu par Morley Chalmers, Paul Kelaher et Glyn Rattle, les trois principaux associés de la firme. M. Chalmers prévoit un marché éventuel de 200 structures par an, et certaines possibilités d'exportation.

HiLan Limited d'Almonte propose des solutions un peu plus ambitieuses puisque cette firme se spécialise dans la construction de structures de plein-air – pour les jeux enfantins – dont la hauteur peut atteindre 10 pieds et la superficie quelque 900 pieds carrés de terrain préparé. L'ensemble – auquel on a donné le nom de "Plaything" – a été conçu par Al Potvin, en collaboration avec D. W. Graham, architecte paysagiste à Ottawa. M. Potvin a commencé à s'intéresser aux terrains de jeux pour les enfants après en avoir installé un, il y a trois ans, pour une garderie de sa localité. C'est alors que comprenant l'avenir réservé à ce genre de fabrication, il prépara sa propre structure modulaire. C'est ainsi qu'est née une autre firme spécialisée dans l'aménagement des terrains de jeux.



grounds, schools, housing projects, and campgrounds. It is set in concrete for stability, and its various elevations provide both visual and physical challenges. A variety of tire swings, ladders, slides, balance beams, poles, nets and steps stimulate imaginative and dramatic play.

Children from kindergarden to grade 4 level can play fort on top, house inside, hang from the tire swing or swoop down the firemen's pole or wide slide.

Potvin is confident that "Plaything" will continue to be in demand. He has sold structures to school boards and community associations, and is now developing other creative play products, including a combination storage-playhouse for day care centres and large outdoor chess game.

## Clip re-opens market

New plastic milk bottles and bags and strong competition from another paper container maker have had their effect on the market share of Continental Can Company of Canada Limited. Continental Can has been making its wax-coated disposable liquid container, Conocup®, for almost 40 years. Its most popular application now, is for the fast-food take-out trade.

In analyzing the market, Continental Can found that institutions needed an attractive, strong container which could be easily filled with liquids from bulk supplies. The problem was to develop a simple way to close the container without expensive heat-sealing equipment, and without staples, which were quite unacceptable in an institutional setting.

The answer – as with most good design solutions – was quite simple. A small extruded polyethylene clip,

Simple plastic extrusion solves closure problem for paper containers. Une petite pince de plastique refoulé sert à fermer les récipients de papier.



Un des principaux avantages du "Plaything" est son adaptabilité pour toutes les saisons et toutes les situations – qu'il s'agisse de terrains de jeu d'école, d'ensemble d'immeubles subventionnés et de terrains de camping. Le "Plaything" est extrêmement stable parce qu'il est fixé au sol par du béton. Les divers niveaux représentent des possibilités visuelles et des difficultés physiques croissantes. Il se trouve aussi des balançoires faites de pneus, des échelles, des glissoires, des balançoires à pivot central, des poteaux, des filets et des escaliers – dont la fonction est d'encourager les jeux imaginaires.

HiLan Limited a vendu ses fabrications à des commissions scolaires, à des associations locales et met actuellement au point de nouveaux produits, parmi lesquels un grand placard-maison de poupée pour les garderies et un grand jeu d'échecs pour le plein-air.

## La pince qui rattrappe des débouchés

Le chiffre d'affaires de la Continental Can Company of Canada Limited s'est senti de la concurrence des bouteilles et sacs de lait en plastique, ainsi que des initiatives d'un autre fabricant de récipients en papier. Voici quelque 40 ans que Continental Can fabrique Conocup®, récipient à jeter, en papier doublé de cire. On l'utilise principalement dans les restaurants express qui se spécialisent dans la «cuisine» à emporter chez soi.

À la suite d'études détaillées, la Continental Can a établi le fait que des établissements du genre des restaurants express avaient besoin d'un récipient solide, agréable d'aspect et facile à remplir de liquides livrés en vrac. La question était de savoir comment on allait fermer hermétiquement le récipient sans l'utilisation d'appareillage coûteux ou d'agrafes – qui sont absolument inacceptables dans le commerce de la restauration.

Comme c'est le cas de toutes les bonnes solutions envisagées par le design, la réponse s'est révélée très simple. On fait passer sur le couvercle fermé du récipient une petite pince en polyéthylène refoulé. La pince s'appelle Conoclip®. L'étanchéité est obtenue au moyen d'un bourrelet de colle chaude placé sous le couvercle en cours de fabrication.

Bien que l'idée ait été mise au point à Hamilton dès 1969, elle n'a été adoptée au Canada que cette année. En effet c'est aux États-Unis, où le nouveau système est offert depuis quatre ans, et où se trouve le plus important des débouchés internationaux de la Continental Can, que le besoin le plus urgent se faisait sentir. L'usine d'Hamilton assure toutes les exportations de la compagnie.



called Conoclip®, slips over the closed flap of the container. A tight seal is provided by a bead of hot melt plastic applied under the flap during manufacture. The closure system was designed by Mr. Ron Blunsdon, superintendent of Continental Can's Hamilton, Ontario plant, in co-operation with a commercial plastics extruder.

Although the idea was developed in Hamilton in 1969, it has been introduced in Canada only this year. The most urgent need – and the largest portion of the company's international market – was in the United States where the new system has been marketed successfully for four years. The company is now promoting the Conoclip actively to dietitians and purchasing agents in Canada. Continental Can Company of Canada Limited is a wholly-owned subsidiary of Continental Can Company, Inc. The Hamilton factory supplies the company's world-wide needs.

## Rape, Gzowski and Voice in Exile

Three books of highly divergent content have one thing in common: they're all major winners of the second annual Canadian book design competition, 'Design Canada' Look of Books 1975. Best of Show went to *The Rape Observ'd* by Clarence Tracy, published by University of Toronto Press, designed by Allan Fleming; second prize was *Peter Gzowski's Book about This Country in the Morning* by Peter Gzowski, published by Hurtig Publishers, designed by David Shaw; and third prize went to *Voices in Exile: The Decembrist Memoirs* by Glynn Barratt, published by McGill-Queen's University Press, designed by Peter Dorn.

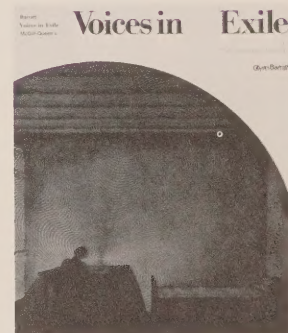
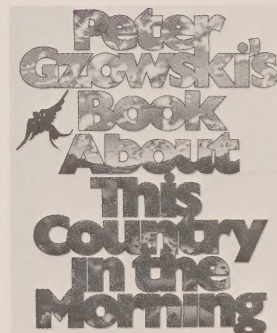
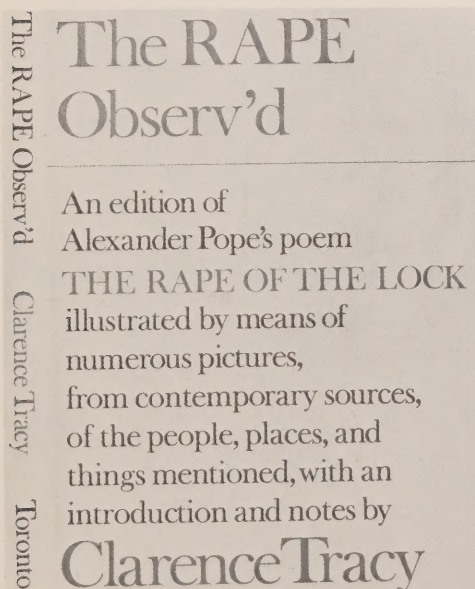
The books were chosen from a field of 22, narrowed from the initial 232 entries. This formidable task was undertaken by a jury of graphic critics, including Carl

## Les plus beaux livres – version 1975

Trois livres qui traitent des sujets les plus divers ont une chose en commun: ils sont tous trois gagnants des principaux prix du concours annuel des plus beaux livres pour l'année 1975. Le premier prix est allé à *The Rape Observ'd*, de Clarence Tracy, ouvrage dessiné par Allan Fleming et publié par la University of Toronto Press; le second prix a été décerné à *Peter Gzowski's* pour son livre, *Book about This Country in the Morning*, dessiné par David Shaw et publié par Hurtig Publishers; le troisième prix a été attribué à *Voices in Exile: The Decembrist Memoirs* de Glynn Barratt, dessiné par Peter Dorn et publié par McGill-Queen's University Press.

Ces trois ouvrages ont été choisis parmi 22 finalistes, choisis eux-mêmes parmi 232 livres soumis au jury. La lourde tâche a été confiée à un groupe de graphistes et critiques dont faisaient partie Carl Brett, graphiste à Toronto; Muriel Cooper, chef des services de design et de production à MIT Press, Boston; Pierre Garneau, directeur artistique (télévision) à Radio-Canada; William Rueter, graphiste à la University of Toronto Press, Toronto; et à Walter Jungkind, professeur de graphisme à l'Université d'Alberta à Edmonton.

Les prix seront remis aux designers au cours d'une cérémonie officielle qui aura lieu le 22 septembre à Montréal. Le premier prix est de \$1500, le second de \$1000 et le troisième de \$500. Les livres choisis seront au centre d'une exposition qui visitera l'Amérique du Nord et l'Europe.





Brett, graphic designer, Toronto ; Muriel Cooper, director of design and production, MIT Press, Boston ; Pierre Garneau, art director, Radio-Canada (Television) ; William Rueter, graphic designer, University of Toronto Press, Toronto ; and Walter Jungkind, professor of graphic design, University of Alberta, Edmonton.

The prizes were presented to the designers at an official ceremony in Montreal, September 22 : \$1500 for Best of Show, \$1000 for second prize, and \$500 for third prize. The books selected will form the basis of an exhibition which will tour North America and Europe.

## People, places and things...

*Bob Petersmeyer* has joined the Manitoba Design Institute as a marketing officer to work with *George Radke* tying the story of design and marketing together when they consult with Manitoba industry on the virtues of design . . . *Chuck Shepherd* of Toronto and *Doug Ball* of Montreal are president and vice-president respectively of ACID National . . . *Lorne Perry* of Canadian National, Montreal, has been elected president of the Association of Corporate Identity Managers, an informal group of individuals responsible for corporate identity programs of major institutions. *Hugh Stewart*, who works for Information Canada in Ottawa is secretary . . . *O. J. Hora*, a former Canadian Armed Forces Major, has joined the New Brunswick Department of Economic Growth and will be responsible for the New Brunswick Design Council . . . *M. C. de Malherbe* has been appointed Dean of Engineering at Carleton University. . . *George Lynn* has left Cooper Canada Ltd. to join the Faculty of Industrial Design at Carleton University . . . *David Jenkins* has been appointed manager, Design, Research and Development of Cooper Canada . . .

Doug Ball, vice-president of ACID (National).  
Doug Ball, vice-président de l'ACID (National).

Lorne Perry, president, Tom Tinkler, member and Hugh Stewart, secretary, all of the Association of Corporate Identity Managers.  
Lorne Perry (président), Tom Tinkler (membre) et Hugh Stewart (secrétaire), tous de l'Association of Corporate Identity Managers.

David Jenkins, Cooper Canada.  
David Jenkins, de Cooper Canada.



## Faits divers et personnels...

*Bob Petersmeyer* fait partie du personnel du Manitoba Design Institute où il est responsable de la commercialisation, en collaboration avec *George Radke*. Leur responsabilité est d'expliquer aux industriels du Manitoba les liens inséparables qui réunissent le design et la mise en marché. *Chuck Shepherd* et *Doug Ball* ont été élus respectivement président et vice-président de l'ACID . . . *Lorne Perry*, du Canadien National, Montréal, a été élu président de l'Association des responsables d'images de marque, groupe sans intentions officielles qui réunit les personnes chargées des programmes d'image de marque des grandes sociétés et institutions. *Hugh Stewart*, qui travaille à Information Canada est le secrétaire de l'Association . . . *O. J. Hora*, ancien commandant dans les forces armées canadiennes est désormais au ministère de l'Expansion économique du Nouveau-Brunswick où il sera responsable du Conseil de l'esthétique industrielle de cette province . . . *M. C. de Malherbe* a été nommé doyen de la Faculté de génie à l'Université Carleton . . . *George Lynn* a quitté Cooper Canada Ltd. pour devenir membre de la Faculté de design industriel à l'Université Carleton . . . *David Jenkins* a été nommé directeur des services de design, de recherches et de développement à Cooper Canada . . .





# The Class of '80: How are we training the next generation?

David Piper

"The Class of '80", a design education seminar sponsored by the Office of Design, Department of Industry, Trade and Commerce, was held July 2-5 in Edmonton. David Piper, editor of Canadian Interiors magazine, reports on the seminar proceedings.

# La Promotion de '80: Comment formons-nous la génération qui monte?

David Piper

"La Promotion de '80" a fait l'objet d'un séminaire sur l'enseignement du design. Le séminaire, placé sous l'égide de la Direction générale du design, ministère de l'Industrie et du Commerce, s'est tenu du 2 au 5 juillet à Edmonton. David Piper, rédacteur-en-chef de Canadian Interiors présente son rapport sur ce qui s'est passé.

R Gerald Saper, Francyne Morin, Eric Morell, 'Design Canada' scholarships students. S-D M. Gerald Saper, Mlle Francyne Morin, M. Eric Morell gagnants des bourses d'études 'Design Canada'.





To have our children really seeing their environment and learning to participate in its design and development would have a profound effect on us in a decade or so when they grow up. So a seminar devoted to design education is no unimportant exercise.

I found the "Class of '80" speakers excellent, but all those long words and convoluted phrases that are part of the educational "in" language! However, I found the structured seminars a little disappointing — they were not right after each speaker but the next day and maybe this was partly the reason. The Office of Design had some pretty high-powered people among those attending, and perhaps more use could have been made of them. Personally I like the cut and thrust of debate and this may be a prejudice I am declaring.

Of course, what happens that is not part of a program is probably more important than any program itself. The "Ship" bar where we met each evening was the place to exchange ideas and to get to know what other people were thinking and doing.

The importance of art and design is such a hard thing to put across to the general public and giving those who teach it a sense of unity can only have a long lasting influence. I believe it is now generally accepted that it is not only important to teach design to our future designers but also to those who are going to be tomorrow's captains of industry. Without teaching them the basics, there can be no bridge of understanding which is so vital when they have to work with designers later.

I think it is also generally accepted that caring about the quality of our environment means we do not end up with the mess that so many American cities have fallen into. So where roads go, what a neighbourhood is, why suburbia doesn't work are beginning to be seen as just as important to teach as calculus.

What is happening is that the "arty" is being brought into the mainstream of life today, not pushed outside it. For a country such as ours where industrial design and innovation mean we develop our own products, rather than importing or manufacturing products from other countries, it is about time. We have been a branch plant too long.

If the situation is to change it is going to be changed by our children more than us probably — which is what the event at Edmonton was all about.

In opening the seminar, Jack Swann, Director of the Office of Design, Department of Industry Trade and Commerce emphasized that while design is concerned with "the making of the environment and moulding the relations and the behaviour of people within that environment . . . the decisions that lead to the shaping of the environment hardly allow any participation on the part of those affected by them."

He deplored the situation as a serious deficiency of education in general and of design education in par-

Si nos enfants étaient vraiment capables de *voir* leur environnement et de participer à sa conception et à sa réalisation, cela aurait un effet profond sur leurs parents dans les quelque dix années qui viennent. Ce qui veut dire qu'un séminaire consacré à l'enseignement du design ne manque pas d'importance.

J'ai trouvé excellents les conférenciers qui ont pris part au séminaire sur «La Promotion de 1980» — mais que de mots farfelus et que de phrases interminables qui font malheureusement partie de la mode intellectuelle courante. Toutefois j'ai été quelque peu déçu par les séminaires organisés : ils ne suivaient pas immédiatement la présentation de chaque conférencier mais se tenaient le jour suivant. La Direction générale du design avait envoyé une représentation particulièrement intéressante et peut-être aurait-on pu faire meilleur usage de nos gens d'Ottawa. Personnellement je préfère des débats animés où la réplique est vive et sans embages — et je suis sans doute de parti-pris.

En règle générale, ce qui se passe en dehors du programme d'un tel séminaire est sans doute plus important que le programme lui-même. Le bar où nous nous rencontrions chaque soir était le lieu préféré pour l'échange des idées et pour apprendre ce que faisaient et pensaient les autres.

Il me semble que l'on est désormais d'accord sur le fait qu'il est important d'enseigner le design non seulement à nos futurs designers mais aussi à tous ceux qui, demain, joueront un rôle de premier plan dans l'industrie. Car si on ne leur enseigne pas les rudiments du design, il ne leur sera pas possible, plus tard, de comprendre et d'apprécier le point de vue des designers avec lesquels ils travailleront.

On est désormais également d'accord sur le fait que le soin que nous devons prendre de notre environnement veut dire que nous n'allons pas répéter les erreurs grossières dont tant de villes d'Amérique du Nord offrent le témoignage. C'est pourquoi on commence à s'apercevoir du fait qu'il est tout aussi utile d'enseigner l'urbanisme que d'enseigner le calcul intégral.

Le fait est que les valeurs artistiques sont actuellement réintégrées au cœur de nos activités, et non exclues, comme on pourrait le croire. Dans un pays comme le nôtre, où l'esthétique industrielle et l'innovation signifient que nous devons mettre au point nos propres fabrications plutôt qu'importer celles de l'étranger, il est grand temps que ces valeurs artistiques reprennent leur place. Nous ne sommes, depuis bien trop longtemps, que la succursale des autres.

Si cette situation doit changer, ce sont nos enfants plus que nous-mêmes qui se chargeront du changement. C'est précisément ce qui a été discuté à Edmonton.

En ouvrant les débats du séminaire, M. Jack Swann, directeur à la Direction générale du design, ministère de l'Industrie et du Commerce, a souligné le fait que



"If one of the problems inherent in (the team approach) is maintaining the individual's identification with the project, then it is our responsibility to help the student... by making him intelligently aware of the facts in advance."

«... les méthodes d'enseignement utilisées dans la salle de classe doivent refléter les conditions telles qu'elles existent dans l'univers quotidien.»



ticular. One of the major justifications for the development of design education, he stressed, is that it can lead to the understanding, by the whole community, of the way problems can be tackled, and to increased participation in decisions affecting the quality of our lives.

Greg Conway, curriculum consultant for the Ottawa Separate School Board, agreeing with Mr. Swann, argued for the introduction of a new curriculum, Design Technology, "as it relates specifically to home and industry, with emphasis on the team approach to problem solving".

Conway explained that design can best be defined through its involvement — it is the essential factor in graphics, interiors, architecture, industry, theatre, fine arts, fashion and crafts. Designing is identifying the solution to a problem — aesthetic or utilitarian — and planning, charting, detailing and, in many cases, engineering that solution.

He described technology as the application of science to the arts, something that has been with us from the beginning — history reflects a continuous refinement of the organization and management of our material needs. Man's desire and need to design has brought him to a world so complex that his technology has had to reach dimensions and scope undreamed of as recently as a decade ago.

Design education has its roots in the "manual training" of the 1880s. This gave way to "industrial arts" or "industrial education". This too, in its turn, must give way to a course emphasizing a team approach to technology, rather than the more craft-oriented one in effect today.

"... the provisions for learning employed in classroom programs must reflect the processes involved in the real world outside the school. Technologized designing employs a team approach in problem-solving projects, which becomes a valid and pre-

si le design s'applique «à créer d'un environnement et, au sein de cet environnement, à favoriser certains rapports entre gens et un certain comportement humain... les décisions qui mènent à la création de cet environnement semblent exclure toute forme de participation de la part, précisément, de ceux qui seront le plus directement affectés.»

M. Swann tout en déplorant un tel état de choses, a fait remarquer qu'il s'agissait là d'une carence de l'enseignement en général et de l'enseignement du design en particulier. Et d'ajouter qu'une des raisons principales qui militent en faveur de l'expansion d'un tel enseignement est qu'il peut permettre à l'ensemble de la collectivité de mieux comprendre les solutions éventuelles aux problèmes de l'environnement et de participer à l'élaboration de telles solutions.

M. Greg Conway, spécialiste des programmes d'études près la Commission scolaire autonome d'Ottawa s'est déclaré d'accord avec M. Swann et s'est dit en faveur de l'introduction d'un nouveau cours sur la technologie du design «dans ses rapports avec les logies et l'industrie, en insistant particulièrement sur la méthode collective de solution des problèmes.»

M. Conway a expliqué que le meilleur moyen de définir le design c'est de décrire ses activités : graphisme, décoration, architecture, industrie, théâtre, beaux-arts, mode, métiers d'art. Le design consiste donc à déterminer la solution d'un problème — qu'il soit esthétique ou pratique — et à organiser, à formuler, à préciser dans le détail et, bien souvent, à exécuter cette solution.

Pour M. Conway, la technologie est l'application de la science aux beaux-arts, phénomène qui remonte à notre plus haute histoire et qui reflète le progrès continu apporté à l'organisation et à la gestion de nos besoins matériels. Les désirs humains et les exigences qui en découlent ont plongé les individus dans un monde tellement complexe que notre technologie a pris une importance qu'on aurait mal imaginée il y a même dix ans.



ferred teaching/learning methodology. If one of the problems inherent in this process . . . is maintaining the individual's identification with the project, then it is our responsibility to help the student prepare for such by making him intelligently aware of the facts in advance."

### "Teaching" creativity . . .

A major contributor to the design process is something that no school can teach — creativity. But some instructional techniques can be built into the education process which stimulate fresh and innovative thinking. Giles Talbot Kelly, director of the Sheridan College School of Design in Mississauga, Ontario, demonstrated the importance of sensitivity to that natural phenomenon, creativity, as he guided the seminar participants through a tour of the various factors affecting and moulding the creative process. Accompanied by visual, aural, and olfactory stimuli (slides, tape recordings and luscious frying bacon) he described one's progress from discovery, accidental or intentional, of a "suitable and worthwhile activity for exercising one's creativity" (destructive criticism, he noted, seems to fall outside this sphere, "the great iconoclasts have on the whole tended not to be creative thinkers"); through accumulation and organization of data and an incubation period to "illumination". This is the "moment of truth . . . the eureka principle . . . it may be the exact moment of vision or clarity, but it can be strangely drawn out in time . . . (and is) rightly attributed to perspiration rather than inspiration."

Perhaps most important are the "ambiguity factor" and complete communication. The "ambiguity factor" compels the viewer to become participant — the Mona Lisa, in which the artist deliberately did not define the eyes' direction or the precise curve of the mouth involves the viewer in completing the girl's face. The final factor in the creative process, communication, occurs only when "both the giver and the receiver share the same knowledge or experience.

"... true creativity is far beyond mere self-expression, a fact that teachers at all levels might care to remember."  
«Si ce que produit la pensée créatrice ne s'adresse pas à ceux qui ont en commun un minimum de connaissance, la valeur créative n'en sera pas reconnue ou bien elle sera mal utilisée.»



L'enseignement du design a pris naissance avec «l'enseignement manuel» de la fin du dix-neuvième siècle. Vint ensuite l'enseignement des «arts industriels». Cet enseignement doit, à son tour, faire place à des cours où est largement discutée la méthode collective en technologie, plutôt que la méthode encore artisanale qui prévaut aujourd'hui.

«... les méthodes d'enseignement utilisées dans la salle de classe doivent refléter les conditions telles qu'elles existent dans l'univers quotidien. La technologie et le design ont recours à une méthode collective pour la solution des problèmes, ce qui implique à son tour le choix d'une méthode pédagogique appropriée.»

### L'enseignement de la créativité

Un des éléments essentiels du processus de design est quelque chose qu'aucune école ne peut enseigner — c'est la créativité. Mais il est possible d'incorporer aux modalités pédagogiques certaines techniques qui encouragent l'initiative et la curiosité intellectuelle. M. Giles Talbot Kelly, directeur de la Sheridan College School of Design, à Mississauga, Ontario, a montré l'importance que revêt l'ouverture au phénomène naturel dont la créativité est l'expression. Pour cela il a passé en revue, à l'intention des participants les divers facteurs qui forment le processus créatif. En s'accompagnant de stimulations visuelles, sonores et olfactives (diapositives, enregistrements sur bande magnétique et délicieuses tranches de bacon poêlé) M. Kelly a décrit le chemin qui va de la découverte — accidentelle ou intentionnelle — d'une «activité susceptible d'encourager la créativité» à l'accumulation et à l'organisation d'informations en passant par une période d'incubation, pour aboutir à «l'illumination». C'est là qu'est «l'heure de vérité . . . l'instant eureka . . . la seconde de vision et de clarté. Mais cette heure, cet instant et cette seconde peuvent durer pendant un temps considérable . . . et c'est pourquoi — à juste titre — on veut en voir la source dans la transpiration plus que dans l'inspiration.»

Mais les facteurs les plus importants sont sans doute le facteur d'ambiguïté et la communication complète. Le facteur d'ambiguïté oblige le spectateur à devenir participant — comme c'est le cas de la Mona Lisa, où l'artiste s'est délibérément abstenu de préciser l'orientation du regard ou le contour des lèvres afin de laisser au spectateur le soin, l'initiative d'achever les traits du visage. L'ultime facteur du processus créatif, autrement dit la communication, se manifeste lorsque celui qui donne et celui qui reçoit partagent la même connaissance ou la même expérience. Si ce que produit la pensée créatrice ne s'adresse pas à ceux qui ont en commun un minimum de connaissance, la valeur créative n'en sera pas reconnue ou bien elle sera mal utilisée. Car l'authentique créativité dépasse de très loin la simple expression de soi-même — ce que bien des pédagogues auraient tout intérêt à ne pas oublier !»



Unless creative thought products are directed to those who share at least some basic knowledge, their creativity will be unrecognized at least and misdirected certainly. For true creativity is far beyond mere self-expression, a fact that teachers at all levels might care to remember!"

### ... and technical skills

Conway and Talbot Kelly ably set the stage for the down to earth and practical remarks of Joseph Carreiro, Chairman of Design and Environmental Analysis, New York State College of Human Ecology, Cornell University New York. Professor Carreiro urged design schools to stop turning out "dinosaurs" and start working on real designers for the real world – to improve technical skills while accepting the importance of the intuitive part of the design process.

"Some aspects of human needs will, I am convinced, continue to defy the objective scientific approach . . . The need for magic, fantasy, whimsy, humour are also essential human needs and are as meaningful as information."

Carreiro spoke as a practising professional of 25 years, head of his own design office, as teacher, and as recipient of grants to visit and study design schools across the United States in 1964-65 and again in 1973. He described American design schools as consisting of four generations. The first were the pioneers, strongly influenced by the Bauhaus in their philosophy and idealism, to which they added a great deal of native practicality :

"Industrial design developed not simply as a result of major changes in ideology or philosophy, but also as a reaction to the shortcomings of existing disciplines, particularly architecture and engineering, in meeting new needs. Because a vacuum existed, many creative individuals, from a variety of disciplines, rushed to fill it. These people met no pre-conceived

## L'enseignement et les aptitudes

Greg Conway et Talbot Kelly ont fort bien préparé le terrain pour les commentaires remarquablement directs, concrets et pratiques de M. Joseph Carreiro, chef du département de design et d'analyse de l'environnement au New York State College of Human Ecology, Université Cornell. Le professeur Carreiro a exprimé le vœux que les écoles de design cessent de produire des dinosaures et se mettent à former des designers dotés du sens pratique des choses – autrement dit se mettent à améliorer les compétences techniques tout en acceptant l'importance de ce qu'il y a d'intuitif dans le processus de design.

M. Carreiro a parlé à titre de designer professionnel depuis un quart de siècle, à titre d'enseignant, à titre enfin de spécialiste à qui des bourses de recherche ont permis de visiter les écoles de design de toutes les régions des États-Unis, en 1964-65 et en 1973. Il classe les écoles américaines de design en quatre générations, à commencer par les pionniers largement influencés par la Bauhaus, tant dans leur philosophie que dans leur idéalisme auxquels ils ajoutaient une large dose de bons sens et de sens pratique.

«L'esthétique industrielle s'est développée non seulement comme une des conséquences de changements majeurs – idéologiques et philosophiques – mais aussi par réaction envers les insuffisances des disciplines en usage – et surtout de l'architecture et de la technique – qui se révélaient incapables de répondre aux besoins nouveaux. Ainsi parce qu'il existait un vide, de nombreux esprits originaux, formés aux disciplines les plus diverses, se sont empressés de le remplir. Ces individus n'étaient sujets à aucun critère académique établi – le seul critère étant de résoudre de manière efficace les problèmes entièrement nouveaux qui se posaient à eux.

Les designers de la deuxième génération se sont montrés moins «artistes» et plus soucieux de réalités pratiques . . . «Ils ont formé une sorte d'alliance avec les services de vente et de commercialisation, ils ont eu leur mot à dire auprès des services techniques avant que n'aient été irrévocablement prises les décisions concernant la forme autant que la fonction. Il en est résulté le fait que leur influence s'est rapidement étendue au sein de la compagnie – non seulement verticalement, depuis les services techniques jusqu'au service des ventes, au service de prospective et jusqu'à la direction (c'était le temps où existait le vice-président responsable du design) mais aussi horizontalement – au conditionnement, à l'image de marque, aux expositions, à la décoration des bureaux – le fait restant que l'emploi avait principalement pour but l'augmentation des ventes.»

M. Carreiro décrit la troisième génération comme celle qui rejette l'obsession de l'abondance, met en doute les principes adoptés par les classes moyennes et se tourne vers ceux que la société a exclus – les pauvres, les noirs, les vieux, ceux qui sont dépourvus de toute influence et qui n'ont aucune voix. Cette génération nous rappelle que la société ne saurait sans risque

"We have arrived at a state of social awareness and recognition of the interdependence between people and people, and between man and his biosphere . . . And we are slowly realizing that all men will survive or all men will perish based on what we do next."  
«Les écoles doivent s'orienter vers une plus grande diversité. Elles doivent abandonner leur conformisme et rejeter leurs chaînes, elles doivent mettre l'accent sur leur propre originalité . . . »





Carl Brett, Michele McLoughlin and Willem Gilles during workshop session.

Carl Brett, Michele McLoughlin et Willem Gilles durant atelier.



academic standards, other than to answer effectively the totally new problems they confronted.

"Our goal was the resurrection or revitalization of dead or dying products. Like the embalmer, our solution was to apply cosmetics, in the form of styling. It worked. Depressed sales of consumer products improved markedly and the magic of industrial design became established. This was the era of the . . . show man-like signature of the big name designer."

The second generation designers adopted more businesslike approaches, "allying themselves with marketing and sales, they acquired some say with engineers before irrevocable functional and form decisions had been made, and as a result, swiftly spread their influence in the company not only vertically, from engineering, sales, product planning to management (this was the era of the Vice President of Design) but also horizontally to packaging, corporate identity, exhibits, interiors, but with the focus still clearly on increased sales."

Carreiro defined the third generation as those who rejected material affluence to ask about the middle class, the disenfranchised, poor, black, aged, powerless and voiceless. He warned against society forgetting the origin of pain, or its message, and going back to business as usual.

"The message to our fourth generation of designers," Carreiro said, "is to me dramatically evident: nothing is more important than people in their relationship to their environment – not economics, not power, not wealth, not elitism, not status, nor any of the underlying unstated forces which have so powerfully motivated our previous actions. We have arrived at a state of social awareness and recognition of the interdependence between people and people, and between man and his biosphere . . . And we are slowly realizing that all men will survive or all men will perish based on what we do next."

oublier les origines de la douleur, la signification de la douleur, et prétendre que tout va très, très bien.

«Le message de la quatrième génération, ajoute M. Carreiro, est admirablement clair: rien n'est plus important que les rapports entre les êtres et leur environnement – ni l'économie, ni la puissance, ni les prétentions de l'élite, ni le statut social, ni aucune des forces latentes qui ont, dans le passé, motivé un si grand nombre de nos actions. Nous en sommes arrivés à un tel point de conscience sociale, à une telle compréhension de l'interdépendance des gens, de l'interdépendance entre l'homme et la biosphère . . . que nous nous rendons progressivement compte qu'il ne s'agit pas de savoir si nous allons survivre ou si tous les hommes vont périr.»

M. Carreiro, rappelant la visite qu'il avait faite en 1973 à certaines écoles de design des États-Unis, a fait remarquer qu'il avait trouvé déprimant l'immobilisme qui semblait inspirer les programmes d'études, malgré les énormes changements qui nous entourent.

Selon lui, c'est au niveau des études graduées que devrait se faire la majorité des changements tels que les activités interdisciplinaires et la méthodologie des systèmes et de la recherche. Il voit deux solutions possibles: «l'une qui consiste à cesser de concevoir des objets pour concevoir des systèmes, l'autre qui consiste à cesser de traiter le designer comme un artiste isolé et à en faire le membre d'une équipe. Il s'agit donc, en d'autres termes, de souligner l'importance de l'intégration, tant en ce qui concerne les problèmes que les moyens. Il ne s'agit pas là d'une réaction arbitraire, mais d'une réaction devant d'authentiques changements.»

M. Carreiro a noté que chacun semblait vouloir plus de compassion dans notre environnement, au lieu des préoccupations économiques et commerciales qui sont actuellement les nôtres. Selon lui, les designers n'ont pas relevé ce défi. «Les écoles doivent s'orienter vers une plus grande diversité, elles doivent aban-



Commenting on his 1973 visit to the schools, Carreiro said that it was most disturbing to find that little had changed in curricula despite the changes in the times.

He suggested that many of the changes could be made at the graduate level : such things as interdisciplinary activity, the problems of systems and research methodology. He noted two new approaches : "One is a move away from designing objects to designing systems, the other moves away from the designer as the lone artist to seeing him on a team ; in other words, emphasis on integration with respect to both the problem and the means. This response is not arbitrary, it is a response to real changes."

Carreiro noted a general plea for a more humane environment instead of our present commercial and economic one, and that designers are not living up to this challenge. He said that schools should not abandon their intuitive base but should seek more substantive scientific basis for their actions. They must in the future be even more people-oriented as well as ecologically based in their decisions. They need better grounding in research methodology, they need not fear — knowledge is not an enemy of creativity. "The emphasis in schools should be for greater diversity, not conformity and restraint ; encouraging schools to build on their own uniqueness . . ."

He ended with a quote from Studs Terkel : "We had better get control of our specialists because if we don't they will kill us. They will kill us because they are very effective and efficient in what they do and what they do is inevitably done out of context."

donner leur conformisme et rejeter leurs chaînes, elles doivent mettre l'accent sur leur propre originalité . . . »

M. Carreiro a terminé en citant un sociologue et critique américain qui écrivait un jour : « Si nous ne nous décidons pas à contrôler nos spécialistes, ils n'hésiteront pas à nous tuer. Ils nous tueront parce qu'ils sont dotés d'une efficacité redoutable dans tout ce qu'ils font et parce que tout ce qu'ils font est nécessairement hors-contexte. »



Reprints available from the  
Office of Design, Department of Industry, Trade and Commerce,  
Ottawa, Canada K1A 0H5

September 1975



Industry, Trade  
and Commerce

Industrie  
et Commerce

Tirage à part sur demande adressé à la  
Direction générale du design, ministère de l'Industrie et du Commerce,  
Ottawa, Canada K1A 0H5

Septembre 1975



George S. MacDonell, new chairman of the National Design Council.  
George S. MacDonell, nouveau président du Conseil national de l'esthétique industrielle.

Sonja Bata, retiring N.D.C. chairman.  
Sonja Bata, présidente sortante du C.N.E.I.



## MacDonell named chairman of NDC

An aggressive industrialist, George S. MacDonell has been named chairman of the National Design Council, upon the retirement of Sonja Bata. Mr. MacDonell has been a member of the Council since 1973 and served as its vice chairman last year. He is vice president of GSW Limited, a manufacturer of consumer goods, and has a solid background in marketing and general management.

## Face to face: Claude Gidman Design Associates

The studios of Claude Gidman Design Associates of Montreal adjoin the Dorval Airport. Notwithstanding the location, the man for whom the firm is named, Claude Julian Gidman, is from the West. Gidman grew up in Alberta where he recently opened an Edmonton design branch. His urge to study design came early. But it took a year in a radio station and several years in the Canadian North to give it direction. From the Northwest Territories he submitted "a terrible portfolio" to the Art Center College of Design in Los Angeles ("they must have accepted me out of curiosity at the postmark"). He graduated *cum laude*, recipient of a Ford Scholarship, and went to work, first for Hawker-Siddeley, then for Ford of Britain.

At Ford, Gidman perfected his skills in what he still likes doing best "seeing design solutions develop from two-dimensional sketches into three-dimensional realities."

## MacDonell nommé président du CNEI

M. George S. MacDonell, industriel dynamique, a été nommé président du Conseil national de l'esthétique industrielle par suite de la démission de Mme Sonja Bata, qui a pris sa retraite. Membre du Conseil depuis 1973, M. MacDonell occupait l'an dernier la vice-présidence. Il est vice-président de GSW Limited, fabricant de produits de consommation, et possède une formation solide en commercialisation et en gestion générale.

## Face à face: Claude Gidman Design Associates

Les studios de Claude Gidman Associates sont situés à Montréal – plus exactement près de l'aéroport de Dorval. Mais celui qui a donné son nom à la firme a grandi en Alberta où il a ouvert récemment – à Edmonton – une succursale de design. Il a été pris très jeune par la passion du design. Mais avant que cette passion prenne forme, il lui a fallu travailler pendant un an pour une station de radio et passer plusieurs années dans le nord du Canada. Alors qu'il se trouvait dans les Territoires du Nord-Ouest il décida de soumettre à l'Art Centre College of Design, de Los Angeles, un «dossier absolument minable» – ce qui pousse M. Gidman à penser que sa candidature a été acceptée «parce que le cachet postal ne manquait pas d'originalité». Cela ne l'empêcha pas de recevoir son diplôme avec mention très honorable, de recevoir une bourse Ford puis d'aller en Angleterre où il travailla d'abord pour Hawker-Siddeley puis pour la Ford britannique.



His exposure at Ford to mockups, clay models, and prototypes permanently influenced his design philosophy and approach.

Typically, the large corporation rewarded this success by promoting Gidman from his sphere of excellence to the slough of management. Gidman suffered it a while, then returned to Canada with rinsed eyes. He saw here what he still sees: "space, and misuse of space . . . lack of enthusiasm, lack of follow-through, inconsistency, yet a matchless potential for design." From 1965 through 1967, he worked for Robin Bush of Toronto on Expo 67 pavilions. In 1967 he began his own firm.

Gidman is direct, unassuming, quick to use a disciplined imagination, spare of cant. His style stands suspect to those equating creativity and imprecision, and to those who sneer at rigour as unneedful self-restraint. On the one hand, Gidman tends not to wear jeans to the office and use four-letter words. On the

Chez Ford, Claude Gidman développa un talent qui lui reste cher jusqu'à ce jour : voir se transformer des solutions qui passent du dessin à la maquette.

Comme il faudrait s'y attendre, Ford récompensa les excellents services de M. Gidman en le faisant passer du domaine de ses compétences à l'enfer de la gestion. Il prit pendant quelque temps son malheur en patience puis revint au Canada. Entre 1965 et 1967 il travaille pour Robin Bush, de Toronto, qui s'occupe du design de pavillons pour Terre des Hommes. En 1967 il ouvre sa propre firme.

Claude Gidman est direct, sans prétentions, il a une imagination disciplinée et une absence totale de maniérismes. Il n'est pas l'ami de ceux pour qui le vague, l'imprécis sont synonymes de créativité et de ceux pour qui la rigueur est au mieux une camisole de force. Pour commencer Claude Gidman ne sent pas la nécessité de porter des jeans au bureau non plus que celle de «jurer comme un prolétaire.» Mais il ne





other, he does not materialize in Oleg Cassini suits to lay *The Design* upon a trembling client. Gidman's speech is free of the gibberish of any consciousness ;

"Industrial design seems to me to be largely the business of considering human factors in a technically-oriented world. The phrase may suggest pure research in behavioural psychology, or dimensional studies of the human body. But to me, and I think to most designers involved with problems of application, 'human factors' means much more. Our work copes in essence with the ways a human user relates to a technically-produced object or system. Controls, sizes, colours, textures, overall appeal, safety, ease of maintenance all enter in. We find it is often necessary to explain this to clients when they ask us what industrial designers do, or how we can contribute to their programs. I try to tell them we're the advocates who represent the product user's interests. We try to organize a vast array of qualitatives, then harness them into a simple, useable, mass-produced

juge pas nécessaire de s'habiller à la Cardin ou à l'Oleg Cassini pour réciter le catéchisme du design à un client paralysé de peur. Les remarques de Claude Gidman sont heureusement libres du verbiage creux qu'on entend si souvent de nos jours.

«En ce qui me concerne, le design industriel est essentiellement l'analyse des facteurs humains dans un univers technologique. On songera peut-être à des études abstraites sur le comportement humain ou à des calculs complexes sur les dimensions du corps. Mais pour moi – et j'en suis certain pour tous les designers préoccupés de questions pratiques – les facteurs humains ont un sens beaucoup plus large. Notre travail porte essentiellement sur les rapports qui se forment entre un individu et un objet mécanique ou un système. Nous essayons d'organiser une quantité considérable de facteurs qualitatifs puis de les grouper, de les concrétiser sous une forme simple, pratique et reproduite à de nombreux exemplaires. C'est d'ailleurs le cas de bien d'autres professions ; ce qui

### **An urban vehicle for the century . . .**

The biggest project now in Gidman's studios is the CLRV or Canadian Light Rail Vehicle, designed for Ontario's Transportation Development Corporation.

The Canadian Light Rail Vehicle is the first new streetcar designed in almost forty years. For Gidman, the CLRV project has "all the absorption of attempting to create the 1995 automobile when the last car was designed in 1958 . . . We propose the CLRV as an excellent intermediate transit vehicle. It can be integrated partially with existing commuter systems, whether rail or subway ; and it can use existing city streets or restricted rights of way, for example a freeway median."

The new car will use one-third less electricity, hold more people, and have safer brakes. The CLRV will travel up to 70 miles an hour and will couple to other similar units to form on-street trains for rush-hour loads. Inside, the CLRV will be equipped with FRP seats .

### **New view dispelled old relationships . . .**

Certain motormen's cabs in New York Port Authority commuter trains were crude, cramping the driver, handicapping his control, and hard to service. CGDA was to effect a redesign in conjunction with Hawker-Siddeley. According to Gidman, "the cabs suited no one but the draftsman who laid them out." In the new design, knee and leg clearances were increased, controls rearranged so the driver did not have to lean forward during operation, and pedals regrouped.

The floor was given a comfortable upward slope ; hinged panels were placed around the bases of controls for ready servicing ; the instrument panel was redesigned as a function of basic control actions, and the entire cab was made easier to clean. Bold, harmonious colours were introduced.

The resulting cab was accepted by both the Port Authority and the trainmen's union in a unique 20-minute joint review. Says Gidman : "Overall appearance was based entirely on logical relationships. The operators had become used to the old cab arrangement and when interviewed at the start of redesign, could see no serious problems with it. I have since heard that they prefer the new cab overwhelmingly."

### **Le véhicule urbain de ce siècle . . .**

Le projet le plus important dont s'occupent actuellement les studios de Claude Gidman est le CLRV ou Canadian Light Rail Vehicle en cours de réalisation pour l'Ontario Transportation Development Corporation.

Ce véhicule est le premier nouveau tramway à voir le jour en presque quarante ans. Pour Claude Gidman ce projet passionnant nous permettra de transformer le «tramway nouvelle manière» en excellent véhicule intermédiaire pour les transports en commun. Il est en effet possible de l'intégrer partiellement au système actuel, qu'il s'agisse de chemins de fer ou de métro ; on peut s'en servir dans les rues ou dans les droits de passage à accès limité, comme la section centrale d'une route à grande circulation.»

Le nouveau tramway consommera trois fois moins d'électricité, pourra transporter plus de passagers et sera équipé de freins plus puissants. Il pourra atteindre une vitesse de 70 milles à l'heure et pourra être accouplé à d'autres véhicules identiques pour former des rames de wagons aux heures de pointe. À l'intérieur le tramway sera pourvu de sièges en plastique.

### **Un point de vue neuf sur un vieux sujet . . .**

Dans certains trains de banlieue de la New York Port Authority, la cabine du mécanicien était mal conçue, trop étroite – ce qui limitait la liberté de mouvements et le contrôle ; son entretien était également difficile. On demande à Claude Gidman Design Associates de rénover la cabine, en collaboration avec Hawker Siddeley. Selon Claude Gidman, «la cabine ne convenait à personne sauf au dessinateur qui l'avait conçue.» La nouvelle version offre plus de place pour les genoux et pour les jambes. Les commandes ont été placées de telle sorte que le mécanicien n'ait plus à se pencher lorsque le train est en marche. Les pédales ont été regroupées.

La cabine ainsi conçue a été acceptée par les représentants de la New York Port Authority et par le syndicat des mécaniciens au cours d'une réunion éclair qui n'a pas duré plus de 20 minutes. Claude Gidman explique que «l'aspect d'ensemble repose entièrement sur des rapports logiques. Les mécaniciens avaient pris l'habitude de l'ancienne cabine et lorsqu'on se renseigna auprès d'eux avant de la redessiner, aucun d'eux ne lui trouvait de défauts sérieux. On me dit que depuis les mécaniciens préfèrent de loin la nouvelle cabine.»



form. So do many professions ; perhaps the industrial designer differs not in his subject matter but in his approach."

An associate, Rodney Hatanaka supports : "This is not, unhappily, something you can complete through a poll of end users. The consumer is often the worst judge of what a product should be and do. He will remain unconscious of the eyestrain, backache, or physical danger accompanying its use, and will make no suggestions to improve it. When handed the redesigned product, he will prefer it instantly ; but he won't know why. The industrial designer does know why : that is his job, though he can never afford to scorn consumer input when it comes in a useful form!"

"Clients, after all," responds Gidman, "have been making their product longer than the designer. Only a fool would ignore so fertile a source of ideas and criticism." Gidman adds, "The designer represents the

sépare peut-être le designer des autres ce n'est pas tant le sujet que la méthode.»

C'est ce que confirme un des associés de Claude Gidman, Rodney Hatanaka : «Mais malheureusement ce n'est pas là quelque chose qu'on peut réaliser en faisant un sondage parmi les usagers. Le consommateur est bien souvent le plus mauvais juge de ce que devrait être un produit. Il n'a aucune idée de ce que peut signifier la fatigue visuelle, le mal de dos ou les risques d'accident que l'objet est susceptible de provoquer. Il n'a pas de suggestions concrètes à faire. Lorsqu'on lui montre un objet modifié, il le préfère immédiatement – sans savoir pourquoi. Mais le designer industriel, lui, sait pourquoi.»

«Le designer représente l'utilitaire auprès de l'esthétique et l'esthétique auprès de l'utilitaire. Il y a dans sa méthode un grain de schizophrénie. Il décide ce qu'un objet devrait avoir de pratique ou de frivole, afin certes d'encourager la vente de cet objet – parce





utilitarians to the stylists and vice versa. His approach must thus be somewhat schizophrenic. He determines how much of the practical, how much of the frivolous, should enter into a design : to encourage its selling, certainly, for he has a financial responsibility to his client ; but more as a necessary service to the unrealized needs of the product's user, to whom his ultimate loyalty must go. The designer's realm lies in the reconciliation of two seemingly alien viewpoints."

Gidman prefers to let his work speak, and it is an eloquent orator : in their cumulative century of design experience, Gidman and his associates, Hatanaka, Myles Tyrrell, and Glen Ternent have worked on electronic calculators, food-handling equipment for airlines, a reprogrammable combination lock for homes, product graphics and symbols, and vehicles. Especially vehicles. The rebirth of the streetcar ; hovercraft ; double-decker commuter rail cars ; improved cabs for trainmen ; subway cars, inside and out ; the first truck cab produced conforming to SAE

qu'il a une responsabilité financière envers son client, mais aussi et plus encore parce qu'il doit satisfaire les besoins «méconnus» ou «insoupçonnés» de l'utilisateur envers lequel il est en définitive responsable. La tâche du designer est de réconcilier deux points de vue en apparence incompatibles.»

Mais Claude Gidman préfère laisser ses réalisations parler à sa place. Et ce sont des porte-paroles éloquentes. Claude Gidman, Hatanaka, Myles Tyrrel et Glen Ternent réunissent entre eux un siècle d'expérience. Ils se sont occupés de calculateurs électroniques, d'équipement pour le transport des repas servis à bord des avions, d'une serrure secrète à combinaisons modifiables, de graphisme, de symboles et de véhicules. Surtout de véhicules. La renaissance du tramway ; le hovercraft ; les wagons de trains de banlieue à deux étages ; l'amélioration de la cabine de chef de train ; l'intérieur et l'extérieur de wagons de métro ; la première cabine de camion réalisée conformément aux recommandations de la Society of Auto-

### A truck-driver's office . . .

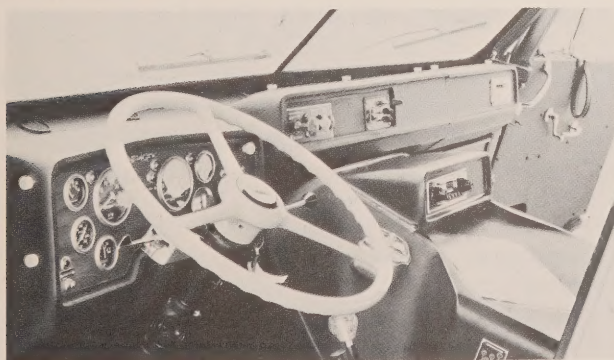
In 1969, Kenworth Trucks elected to produce a compact, heavy-duty truck for bulk haulage – refuse, oil, cement – specifically inside the city. A smaller cab was needed.

CGDA first made an increasingly sophisticated series of models in its studio, shortening traditional time for such work. Financing for human engineering studies permitted extended consideration of cabin shapes and sizes, which also influenced instrument layout. With cab interior roughed out, Gidman made renderings of possible exterior forms. Kenworth's management selected clean lines in preference to an overstyled, cluttered shape.

Next came the cab interior. Floor and engine-cover panels were made of fiberglass and plywood sandwiches. When close dimensions of the truck engine were known, Gidman cut short the customary process of detail layout and patterning, and used the finished full-sized clay model as the mold pattern. Gearshift clearances, entry handles, and a storage tray were all "molded in" at this point.

Outside, almost all roof surfaces are curved, for strength as well as ease of production in fiberglass reinforced plastic (FRP). Interior surfaces use segmented design for optimal driver visibility and control access.

The market has received the finished cab enthusiastically. It has provision for two helpers in addition to the driver ; yet it is made for heavy work, and wastes no space.



### Le domaine du chauffeur de camion . . .

En 1969 la direction de Kenworth Trucks décida de sortir un camion poids lourd compact pour le transport des matériaux en vrac, du pétrole, du ciment, mais à l'intérieur des villes. Pour cela il fallait une cabine de dimensions plus réduites.

Pour commencer, Claude Gidman Design Associates prépara dans ses studios une série de plus en plus détaillée de maquettes, ce qui permit de raccourcir le temps habituellement exigé pour ce genre de travail. Les sommes disponibles pour les analyses ergonomiques permirent d'envisager en profondeur les formes et les dimensions de la cabine, ce qui influença la disposition des instruments. Une fois établi dans les grandes lignes l'intérieur de la cabine, Claude Gidman se préoccupa de faire le dessin des formes éventuelles de l'extérieur. La direction de Kenworth décida de choisir des lignes simples de préférence à une forme chargée et trop élaborée.

On passa ensuite à l'intérieur de la cabine. Les panneaux de plancher et de capot du moteur sont réalisés en sandwichs de fibre de verre et de contreplaqué. Une fois connues les dimensions presque définitives du moteur, Claude Gidman se dispensa du processus habituel de la mise en place et de la disposition d'ensemble et utilisa directement une maquette en argile comme modèle pour le moule. On procéda par la même occasion à l'introduction par moulage du champ libre pour le manche du changement de vitesses, pour les poignées d'accès et pour la planche de rangement.

À l'extérieur presque toutes les surfaces du toit sont incurvées, autant par souci de solidité que pour faciliter la production des éléments en fibre de verre renforcée de plastique (FRP). Les surfaces intérieures sont exactement segmentées afin d'offrir au conducteur la plus grande visibilité et le plus complet accès aux commandes.

Les usagers ont fait à la cabine un accueil enthousiaste. Elle peut recevoir deux aides en même temps que le chauffeur ; et malgré cela la cabine ne gaspille pas un pouce d'espace.



instrument-grouping recommendations ; airport rescue trucks – the firm of Claude Gidman Design Associates has implemented, or is implementing, all.

Part and parcel of the success, is the team Gidman has built up around him. He avoids overmanaged design. He undertakes, or rather does not undertake, this with a vengeance. He has final say on most things, but rarely exercises veto power. His associates work to their own philosophies, and reserve the right to disagree politely with Gidman.

In the eight years Claude Gidman and his associates have been conjuring up design solutions, some superior results have been achieved through approaches as varied as the personalities themselves. Hatanaka, for instance, feels that any given product is meant to satisfy a unique set of needs and will take a very narrow range of final form. Gidman likes to present several concepts to a client and requests reactions and ideas. Ternent feels that many good solutions exist for every problem, and from the good solutions, select the best.

## Design seminars for Calgary, Toronto

Dieter Rams, chief designer of Braun, Germany, and Reginald Turner of the Zinc Development Association, England, will be the principal speakers at the 1975 Canadian Design for Industry Seminar. The seminar will be held in Calgary, September 29, and in Toronto, October 2. The speakers will be supported by panels drawn from the manufacturing, consumer and financial sectors in each province.

Attendance is by invitation, and policy makers representing more than 250 Canadian companies are expected to participate. The Alberta seminar will be sponsored by the provincial and federal governments, the University of Calgary and two industrial organizations with headquarters in Alberta. Electrohome Ltd., sponsors of design seminars in 1973 and 1974, has joined forces with the Ontario and federal governments in organizing the Toronto event.

## Over \$100,000 for advance studies

Twenty-one 'Design Canada' scholarships for advanced studies in design, totalling \$109,625 were announced in June by Alastair Gillespie, Minister of Industry, Trade and Commerce. Eighteen students will study abroad, the majority going to Switzerland, the United States and England. Three will remain in Canada. The scholars come from Ontario, Québec, Manitoba and British Columbia, and are interested in a wide cross-section of design. Nine are studying industrial design, eight graphic design, and the re-

motive Engineers sur le regroupement des instruments ; des camions de sauvetage pour les aéroports – tout cela figure parmi les réalisations passées et présentes de Claude Gidman Design Associates.

Au cours des huit années où ils ont travaillé ensemble Claude Gidman et ses associés ont proposé des solutions dont la qualité exceptionnelle et la variété sont le reflet d'individualités fortes et originales. Pour Rodney Hatanaka, par exemple, le but d'un objet est de répondre à une série très particulière de besoins, ce qui veut dire que la forme que prendra en définitive cet objet se situe parmi un nombre très restreint d'options. Claude Gidman, au contraire, préfère présenter plusieurs idées à ses clients et solliciter leurs réactions. Le point de vue de Glen Ternent est que, pour chaque problème, il existe nombre de bonnes solutions et qu'il s'agit de choisir la meilleure d'entre elles.

## Conférences sur le design à Calgary et à Toronto

M. Dieter Rams, designer principal de la grande firme allemande Braun, et M. Reginald Turner, de la Zinc Development Association, organisme anglais, seront les principaux conférenciers de la série 1975 des conférences sur le design. Ces conférences suivies de discussions auront lieu à Calgary le 29 septembre et à Toronto le 2 octobre. Les conférenciers seront assistés d'un groupe de spécialistes représentant les milieux industriels, financiers et les consommateurs de chacune des provinces.

L'admission aux conférences est faite sur invitation. Il est prévu que le personnel de direction représentant quelque 250 compagnies canadiennes assistera à ces conférences. La manifestation de Calgary sera placée sous l'égide des autorités provinciales et fédérales, de l'Université d'Alberta et de deux firmes industrielles dont le siège social se trouve en Alberta. La conférence de Toronto sera organisée par Electrohome Ltd., à qui l'on doit le patronage des conférences de 1973 et 1974, en collaboration avec le gouvernement de l'Ontario et le gouvernement fédéral.

## \$100,000 de bourses pour des études avancées

Vingt-et-une bourses d'études avancées en design seront offertes par «Design Canada» ainsi que l'a annoncé en juin dernier l'Honorable M. Alastair Gillespie, ministre de l'industrie et du commerce. Le total des bourses est de \$109,625. Dix-huit étudiants iront poursuivre leurs études à l'étranger, en particulier en Suisse, aux États-Unis et en Angleterre. Trois étudiants resteront au Canada. Les boursiers viennent du Québec, de l'Ontario, du Manitoba et de la Colombie-britannique. Leurs intérêts sont très variés :



mainder education, textile, interior, ceramics and landscape design.

Two special awards were made this year: Jim Bee, a senior industrial designer with Bell-Northern Research in Ottawa, will do post-graduate work in the design studios of Bonetto, Olivetti and Philips companies in Italy. He is the recipient of the special Michelangelo Scholarship donated by the National Congress of Italian Canadians to commemorate the 500th anniversary of the artist's birth (Canadian Design, May 1975). Leonard Cunningham of Toronto will take his master's degree in Industrial Design at the Royal College of Art in London, England. Cunningham was awarded the 'Design Canada' scholarship in recognition of his winning entry in the Zinc Institute's student design competition.

## Interiors show set for November

Greater emphasis is being placed on the design of exhibitors' booths at the 1975 National Interior Design Show, to be held in Toronto November 4 to 6. "The show attracts architects, designers, decorators and buyers who come to the show to see the most exclusive range of interior design products on the Canadian Market," notes show manager Bernie Loveridge, "and it seems only fitting that they should see this merchandise in an appropriate setting." Members of the Interior Designers of Canada will judge individual displays for three awards to be presented at the conclusion of the show. The Ontario Government-sponsored EEDEE awards, announced during the show in previous years, will not be part of the program this year.

## On course for 1975

A design conscious management can improve a company's profits. To train all levels of management in the instituting, managing and utilization of design, the federal and provincial governments are teaming up with a number of universities to offer a series of design management courses again this year. Orientation courses will be given at Mount Royal College in Calgary, the University of Regina in Regina, the University of Manitoba in Winnipeg and l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales in Montréal. The courses will emphasize the relationship of design and marketing, production, engineering and finance.

### Erratum

The cover story of our May 1975 issue erroneously stated that the Can Am motorcycle was developed without the formal assistance of an industrial designer. We regret any embarrassment this may have caused industrial designer Ronald Ponech, on staff at Bombardier until June 1974, and a member of the Can Am development team.

neuf d'entre eux étudient le design industriel, huit étudient le graphisme, les autres s'intéressent à l'enseignement, au textile, à la décoration d'intérieurs, à la céramique et au paysagisme.

Deux récompenses spéciales ont été décernées en 1975. La première est allée à Jim Bee, designer principal pour les laboratoires des Recherches Bell-Northern, à Ottawa. M. Bee se propose de travailler dans les studios de design de Bonetto, d'Olivetti et de Philips, en Italie. Il a également reçu la bourse spéciale «Michelangelo» du congrès national des italo-canadiens en commémoration du demi-millénaire de la naissance de l'artiste (Voir Design Canadien, mai 1975). Leonard Cunningham, de Toronto, fera sa maîtrise en esthétique industrielle au Royal College of Art, à Londres. M. Cunningham a reçu la bourse «Design Canada» à la suite du projet gagnant qu'il avait soumis au concours de design du Zinc Institute.

## Exposition de la décoration d'intérieurs prévue pour novembre

S'il est un trait qu'on remarquera lors de l'exposition nationale de la décoration d'intérieurs qui se tiendra à Toronto les 4 et 6 novembre prochains, c'est l'importance accrue que l'on accorde au design. M. Loveridge, directeur de l'exposition, nous signale que «cette manifestation attire les architectes, les designers, les décorateurs-ensembliers et les acheteurs qui viennent y voir la représentation la plus soignée d'articles d'ameublement et de décoration». Les membres de la Société des décorateurs-ensembliers du Canada jugeront les divers stands et décerneront trois récompenses qui seront remises à la fin de l'exposition. Les prix EEDEE, offerts par le Gouvernement de l'Ontario, qui étaient précédemment rendus publics à l'occasion de l'exposition ne le seront pas cette année.

## Pédagogie '75

Les cadres d'entreprise qui sont au courant du design peuvent contribuer à l'amélioration des profits de leur firme. Et pour former les divers niveaux des cadres de gestion à la meilleure compréhension et au meilleur emploi du design, les autorités fédérales et provinciales se sont jointes à plusieurs universités pour offrir, cette année encore, des cours sur le design. Des conférences d'orientation seront données à Mount Royal College, à Calgary; à l'Université de

### Erratum

Le premier article de notre numéro de mai 1975 signalait par erreur que la motocyclette Can Am avait été réalisée sans l'aide d'un designer industriel. Nous nous excusons auprès de M. Ronald Ponech, qui se trouvait au bureau de design de Bombardier jusqu'en juin 1974 et qui a participé à la mise au point de la moto Can Am.



A more intensive course on design management for profits will be offered for the first time this fall at the University of Manitoba. Through active participation in the presentations, case studies, and group discussions, students will learn how to manage creative people and innovative concepts. Other topics include the use of design in marketing strategy, research, production and graphics. Design management for profits is aimed at those who have taken the first course or those who already have some design sensitivity.

### **Design Management Introductory Course**

Calgary, Alberta :

October 22 to December 10, 1975 (one night a week)

Info : David Parker, Director of Community Services,  
Mount Royal College, 4825 Richard Blvd. S.W.  
Calgary, Alberta T3E 6K6

Regina, Saskatchewan :

October 27 to December 15, 1975 (one night a week)

Info : Prof. D. Thomas, Department of Extensions,  
University of Regina, Regina, Saskatchewan

Montréal, Québec :

November 1 to 22, 1975

Info : Gérard Ducharme, Directeur des Activités en  
gestion du design, Ecole des Hautes Etudes Commer-  
ciales, 5255 rue Decelles, Montréal, Québec H3T 1V6

Winnipeg, Manitoba :

January 28 to March 17, 1976

Info : Mrs. Debby Lexier, Director, Design Management  
Centre, University of Manitoba, Winnipeg, Manitoba

### **Design Management : Marketing for Profit**

Winnipeg, Manitoba :

October 22 to December 8, 1975 (once a week)

Info : Mrs. Debby Lexier, Director, Design Management  
Centre, University of Manitoba, Winnipeg, Manitoba  
Fees : One person \$150, two or more persons from  
the same company \$100 each.

Editor : Susan Rachlis

Contributors : W. I. Atkinson, G. D. Hutchison, S. Jeffery

Translation : Louis Le Gall, Louis Le Gall Associates

Design : Rolf Harder, Design Collaborative

Canadian Design is published six times annually to keep industry and design professionals informed of design achievements and opportunities in Canada.

Office of Design, Department of Industry, Trade and Commerce,  
Ottawa, Canada K1A 0H5



Industry, Trade  
and Commerce

Industrie  
et Commerce

Regina, à Regina ; à l'Université du Manitoba, à Win-  
nipeg et à l'École des Hautes Études Commerciales,  
à Montréal. Ces conférences mettront en valeur les  
rapports entre le design, la commercialisation, la pro-  
duction, le génie civil et les finances.

L'Université du Manitoba offrira pour la première fois  
cet automne un cours plus approfondi sur le design  
et les bénéfices de l'entreprise. Les personnes qui  
suivront ce cours auront l'occasion de participer à  
des présentations, à des études de cas types, à des  
discussions de groupe et apprendront, de cette façon,  
comment travailler avec des designers et comment  
utiliser l'innovation. Parmi les autres sujets dont trai-  
tera ce cours il faut mentionner l'emploi du design  
dans la stratégie commerciale, dans les recherches,  
dans la fabrication et dans le graphisme. Le cours  
s'adresse particulièrement aux personnes qui ont suivi  
le premier cours ou à celles qui ont déjà une certaine  
familiarité avec le design.

### **Cours d'introduction au design**

Calgary : du 22 octobre au 10 décembre 1975 (un soir  
par semaine). Renseignements auprès de : David  
Parker, Directeur des services à la communauté,  
Mount Royal College, 4825 boulevard Richard, sud-  
ouest, Calgary, Alberta.

Regina : du 27 octobre au 15 décembre 1975 (un  
soir par semaine). Renseignements auprès de : Pro-  
fesseur D. Thomas, Département des cours publics,  
Université de Regina, Regina, Saskatchewan.

Montréal : du 1 au 22 novembre 1975.

Renseignements auprès de : Gérard Ducharme,  
Directeur des activités en gestion du design, École des  
Hautes Études Commerciales, 5255 rue Decelles,  
Montréal, Québec.

Winnipeg : du 28 janvier au 17 mars 1976.

Renseignements auprès de : Madame Debby Lexier,  
Directrice, Centre de gestion du design, Université du  
Manitoba, Winnipeg, Manitoba.

### **Le design et les bénéfices de l'entreprise**

Winnipeg : du 22 octobre au 8 décembre 1975 (une  
fois par semaine). Renseignements auprès de : Ma-  
dame Debby Lexier, Directrice, Centre de gestion du  
design, Université du Manitoba, Winnipeg, Manitoba.  
Droits d'inscription : \$150 par personne ; deux per-  
sonnes ou plus appartenant à une même entreprise,  
\$100 par personne.

Rédactrice-en-chef : Susan Rachlis

Contributeurs : W. I. Atkinson, G. D. Hutchison, S. Jeffery

Version française : Louis Le Gall, Louis Le Gall Associates

Design : Rolf Harder, Design Collaborative

Design Canadien est publié six fois par an afin de tenir les membres de  
l'industrie et les spécialistes du design au courant des réalisations canadiennes  
et des développements intéressants au Canada.

Direction générale du design, ministère de l'Industrie et du Commerce,  
Ottawa, Canada K1A 0H5